

DIE KUNST DER LEHRE – DIE LEHRE DER KUNST

Die universitäre Lehre als kommunikatives Interaktionssystem

erschienen 2014 in:

PRINZpod & f.m.podgorschek (Hg.), *Transit für Karl Aspern*, Wien: fadenbrand, 85-88



Die universitäre Lehre, und im Speziellen, die Lehre an Kunstuniversitäten, stellt eine ganz spezielle Form eines kommunikativen Interaktionssystems dar. Aus systemtheoretischer Perspektive wird sie an den Schnittstellen des Funktionssystems „Bildung“ mit dem Funktionssystem „Kunst“ angesiedelt. (Luhmann 1982) So wie alle sozialen Funktions- und Interaktionssysteme besteht auch die Lehre aus Kommunikationen, welche ihre elementaren Voraussetzungen bilden: „Soziale Systeme bestehen ... nicht aus Menschen, auch nicht aus Handlungen, sondern aus Kommunikationen.“ (Luhmann 1986: 269)

Kommunikation wird nach Luhmann als die „Einheit der Differenz“ von Information, Mitteilung und Verstehen beschrieben. Der intendierte Informationsgehalt einer Mitteilung durch eine Person/ein System muss nämlich von der anderen Person/dem anderen System nicht unbedingt verstanden werden, d.h. dass das „Gelingen“ erfolgreicher Kommunikation eigentlich recht unwahrscheinlich ist. Es ist ja bereits die Form der Mitteilung selbst, die die intendierte Information einer Nachricht definiert und deren Bedeutung mitträgt. Marshall McLuhans Diktum „The medium is the message“ heißt nichts anderes, als dass bereits das ausgewählte Kommunikationsmedium (z.B. die Stimme) und seine Erscheinungsform (Tonhöhe, Geschwindigkeit, Rhythmus usw.) die Botschaft bestimmen. Und hier kommt die Medienästhetik ins Spiel: Es macht nämlich einen eminenten Unterschied für die Bedeutung eines Textes, ob er einem ins Ohr geflüstert wird, per E-Mail gesendet, in Form eines Vortrags gehalten oder als Graffiti auf eine Wand gesprüht wird.

Viele MediennutzerInnen – und zu diesen zählen die Lehrenden an Kunstuniversitäten — gehen nämlich im Sinne der klassischen hegelschen Dialektik immer noch davon aus, dass der Inhalt allein genüge, um die Qualität der Kommunikation (und in diesem Fall: der Lehre) zu gewährleisten. WAS gesprochen, getan oder gezeigt wird, sei somit ausreichend. WIE etwas gesprochen, getan, gezeigt oder eben gelehrt wird, gerät dabei oft in den Hintergrund. Die Einheit der Differenz von Form und Inhalt wird zugunsten ihrer dualistischen Trennung ignoriert. Der Inhalt steht vermeintlich im Vordergrund, Überlegungen zur Form bleiben auf der Strecke, und diese Inkongruenz von Form und Inhalt führt nicht selten zu scheinbar paradoxen und unbefriedigenden Ergebnissen bei der Eigen- oder Fremdevaluation der künstlerischen Lehre.

Dabei wäre es gerade in der Kunst so einfach. In der Unterscheidung von Medium und Form bei der Gestaltung und der Wahrnehmung von Kommunikationsprozessen lassen sich kreative und paradoxe Interventionen realisieren, die es an wissenschaftlichen Universitäten vermutlich noch schwerer durchzusetzen gelänge, als an den Kunstunis.

Was ist denn nun aber die Form, was der Inhalt eines Mediums? Wie lassen sich Medium und Form unterscheiden? Lassen sie sich überhaupt unterscheiden, und wenn ja, was bedeutet das für die Gestaltung und Wahrnehmung der Medien – für die medienästhetische Gestaltung der Kommunikation?

Sinnesmodalitäten und Medien

Einfach ausgedrückt lässt sich sagen, dass (Medien-)Ästhetik durch die Kopplung von Sinneswahrnehmung (Sehen, Hören, Riechen, Tasten etc.) und Kognition (Denken, Sprechen, Verstehen, Handeln etc.) bei der Produktion und Rezeption von Kommunikationsprozessen gekennzeichnet ist und in jüngster Zeit auch vermehrt aus interdisziplinären Perspektiven der Medien- und Neurowissenschaften untersucht (Gsöllpointner 2012, Herrmann 2009, Imort et al. 2009, Macke et al. 2012, Roth 2005, Schnell 2001) sowie mit den Kunstwissenschaften gekoppelt wird (Dresler & Baudson 2008, Matzker 2008).

Unsere Sinnesmodalitäten Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Tasten sowie die Proprio- und die Viszeroseption ermöglichen uns, mit unseren Umwelten mithilfe von Medien zu kommunizieren. Die Kommunikationen sind eng mit der sinnlichen Wahrnehmung der Medien gekoppelt. Wahrnehmung darf hierbei jedoch nicht als ein Vorgang der passiven Rezeption aufgefasst werden. Im Gegenteil, unser Gehirn nimmt bereits beim Eintreffen von Sinnesreizen Selektionen vor, schreibt ihnen Bedeutungen zu und legt diese ähnlich einer Matrix über bisherige gespeicherte Erfahrungen. Daraus konstruiert es dann in Form von selbstreferentiellen Operationen neue, je eigene kognitive Wirklichkeiten.

In diesen Wahrnehmungsvorgängen werden Medien jedoch nicht als Medien wahrgenommen, sondern können immer nur in einer Form, also in „entschiedenen“ Formen beobachtet werden. (Krämer 1998, Luhmann 1995) Die Stimme etwa kann nur gehört werden, wenn sie entweder non-verbale Geräusche produziert oder einen Text spricht oder singt (verbal). Ein gesprochener Text wiederum wird nur in Form eines Satzes oder Wortes, eines Schreies o.Ä. wahrgenommen. Ein Satz kann dann nur in Form von aneinandergereihten Wörtern gehört werden, die Wörter wiederum können nur in Form von Silben, die aus Tönen geformt werden, wahrgenommen werden usw.

Lehren heißt Lernprozesse gestalten

Die universitäre Lehre ist nichts anderes als ein Kommunikationsprozess, in dem relevante Erkenntnisse für die Studierenden (mitunter aber auch für die Lehrenden) gewonnen werden sollen; anders ausgedrückt sollen individuelle und Gruppenlernprozesse stattfinden. Und Lernen – neues Wissen generieren – entsteht im Zusammenspiel von Kognition (Wahrnehmen und Denken) und Kommunikation.

Neurowissenschaftliche Forschungen zeigen, dass bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um erfolgreiches Lernen bei Menschen zu garantieren. (Hermann 2009 und 2010, Siebert 2008, Spitzer 2006) Alle Lernfaktoren werden maßgeblich von der Sinnlichkeit und Ästhetik der Medien beeinflusst, die im Laufe von Lernprozessen ihre Verwendung finden. Qualitativ hochwertige Voraussetzungen für gutes Lernen sind daher aus kognitionswissenschaftlicher Sicht eng an die Wahrnehmungsleistungen unserer Sinnesmodalitäten gekoppelt.

Kunst lehren?

Im Kontext der Kunstuniversitäten lassen sich nun neben dem Genannten weitere Besonderheiten beschreiben, die sich aus der Selbstreferentialität des Themas „Medien und Ästhetik“ (ein genuin künstlerisches Thema) ergeben:

1. KünstlerInnen verfügen über ein besonderes „Ästhetisches Know-how“. (Gsöllpointner & Moser 2009) Dieses Wissen über die medienästhetische Funktionalität sollte daher nicht nur Inhalt der Lehre an Kunstuniversitäten sein, sondern sollte sich auch und besonders in ihrer Form widerspiegeln. Lehrende an solchen Institutionen verfügen demnach von vornherein über ein größeres Potential an Wissen über Medienästhetik und die Gestaltung von Lernumgebungen, als dies vielleicht an anderen schulischen oder wissenschaftlichen Bildungseinrichtungen zu erwarten ist.
2. Wird bei der Gestaltung der künstlerischen Lehre die Kreativität ebenso in besonderem Maße eingesetzt, wie das von Lehrenden an Kunstuniversitäten als Ausbildungsstätten der Kreativität per se) zu erwarten wäre? Denn wenn Kreativität gelehrt werden soll, wie soll das anderes, als „vorbildhaft“ (also „zur Nachahmung empfohlen“) funktionieren, indem

- bereits bei der Gestaltung der Lehr- und möglichen Lernprozesse und der dabei eingesetzten Kommunikationsmedien besonders kreativ vorgegangen wird?
3. Wenn KünstlerInnen zu ExpertInnen für Ästhetik und Sinneswahrnehmung ausgebildet werden, wie sehr haben dann Wissen und Know-how über Gruppenprozesse, Lernpraxen und neurologische Prozesse Platz in der Gestaltung dieser Lehre?
 4. Im Gegensatz zu anderen Bildungseinrichtungen stellt sich darüber hinaus aber auch die ganz spezielle Frage, wie und ob denn Kunst überhaupt gelehrt werden könne. Sei das künstlerische Tun nicht etwas, das mehr mit Talent und Genie zu tun habe, als mit Lernen, Üben und Handwerk? Diese Frage kann durchaus mit einem klaren „Sowohl-als-auch“ beantwortet werden.

Literatur

- Dresler, M. & Baudson, T. G. (Hg.) (2008), *Kreativität. Beiträge aus den Natur- und Geisteswissenschaften*, Stuttgart, Hirzel.
- Gsöllpointner, K. (2012), *Medien der Beratung. Ästhetik, Methoden, Praxis*, Wien: facultas
- Gsöllpointner, K. & Moser, S. (2009), *sprachmedien.at*, Onlinepublikation, <http://www.sprachmedien.at/>, 28.10.2011
- Herrmann, U. (Hg.) (2009), *Neurodidaktik. Grundlagen und Vorschläge für gehirngerechtes Lehren und Lernen*. Weinheim und Basel, Beltz.
- (2010), Lernen findet im Gehirn statt, in: Caspary, R. (Hg.), *Lernen und Gehirn. Der Weg zu einer neuen Pädagogik*. Freiburg im Breisgau, Herder, 85–98.
- Imort, P., Müller, R. & Niesyto, H. (Hg.) (2009), *Medienästhetik in Bildungskontexten*, München, kopaed.
- Krämer, S. (1998), *Form als Vollzug oder: Was gewinnen wir mit Niklas Luhmanns Unterscheidung von Medium und Form?*, [http://userpage.fu-berlin.de/~sybkram/media/downloads/Aufsätze/Form%20als%20Vollzug%201998%20\(51\).pdf](http://userpage.fu-berlin.de/~sybkram/media/downloads/Aufsätze/Form%20als%20Vollzug%201998%20(51).pdf), 28.02.2014.
- Luhmann, N. (1982), *Soziale Systeme*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- (1986), *Ökologische Kommunikation*, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- (1995), *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Macke, G. et al. (2012), *Hochschuldidaktik*, Weinheim und Basel, Beltz.
- Matzker, R. (2008), *Ästhetik der Medialität*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.
- Schnell, R. (2001), Medienästhetik, in: Schanze, H. (Hg.), *Handbuch der Mediengeschichte*. Stuttgart, Kröner, 72–95.
- Siebert, H. (2008), *Konstruktivistisch lehren und lernen*, Augsburg, Ziel Verlag.
- Spitzer, M. (2006), *Lernen. Gehirnforschung und die Schule des Lebens*, Heidelberg, Spektrum Akademischer Verlag.